

BAB III

POLA KOMUNIKASI KELOMPOK MUSLIM DESIGNER COMMUNITY DAN ANALISIS DAKWAH KOMUNIKASI VISUAL

Komunikasi dalam kelompok merupakan sebuah proses penting karena segala pesan yang diungkapkan dan ditukarkan antar anggota kelompok, membantu efektivitas kinerja kelompok. Ketika kinerja kelompok baik, maka kelompok juga akan memiliki identitas yang baik. Selain itu, efektivitas kinerja kelompok juga berpengaruh terhadap peran dan status kelompok secara internal maupun eksternal di lingkungan sosial.

Kemudahan kelompok dalam menjalankan peran secara internal maupun eksternal tidak bisa dicapai dalam satu kali ataupun dua kali komunikasi. Pertukaran pesan yang hendak disampaikan harus melalui beberapa proses tahapan serta pengulangan untuk mendapatkan hasil interaksi kelompok yang ideal. Keteraturan membangun interaksi disebut juga sebagai pola komunikasi. Melalui pola komunikasi, kelompok dapat mengatur efektifitas kinerja serta dapat menjaga stabilitas kelompok.

Pada bab tiga ini, peneliti berusaha menyajikan hasil penelitian yang membahas mengenai pola komunikasi kelompok yang menjadi faktor utama efektivitas kinerja kelompok *Muslim Designer Community* Pusat di Surakarta Jawa Tengah. Untuk membantu kelancaran pembahasan pada bab ini, peneliti merujuk pada Teori Sibernetika yang digagas oleh John Oetzel. Fokus pengumpulan data lapangan dilaksanakan kurang lebih selama 3 bulan yaitu mulai

dari bulan Oktober hingga bulan Desember 2017. Semua data penelitian diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan studi dokumen. Adapun mekanisme wawancara penelitian, dilaksanakan secara langsung dengan para informan. Selanjutnya, peneliti menghubungi informan melalui jejaring sosial *Whatsapp* untuk melengkapi data penelitian yang belum diperoleh. Berikut data-data yang telah peneliti dapatkan selama dilapangan:

3.1 Status dan Peranan Kelompok Muslim Designer Community Pusat

Secara umum komunikasi merupakan sebuah proses untuk menyampaikan suatu pesan dari komunikator kepada komunikan melalui berbagai saluran komunikasi. Pesan yang hendak disampaikan dapat terjadi dalam interaksi individual maupun dalam interaksi kelompok. Kelompok merupakan kumpulan beberapa orang yang mengenal satu sama lain, memandang mereka sebagai bagian dari kelompok dan saling berinteraksi untuk mencapai tujuan bersama (Mulyana, 2014 : 82).

Pembagian kelompok umumnya terbagi menjadi dua kategori yaitu: (a) Kelompok Primer: contohnya adalah keluarga; dan (b) Kelompok Sekunder: contohnya kelompok bermain, kelompok belajar ataupun kelompok agama yang berkembang di lingkungan sosial. Alasan orang untuk terlibat dan bergabung kedalam kelompok sangat beragam. Keberagaman ini muncul karena perbedaan latarbelakang dan harapan yang ingin dicapai dari masing-masing individu. Menurut Liliweri (2014 : 20) alasan orang tertarik untuk berkelompok adalah karena (a) Sinergi Kelompok; (b) Dukungan dan Komitmen; serta (c) Kebutuhan

Antarpribadi. Keberagaman latarbelakang dan harapan yang muncul dari para pengurus untuk bergabung di *Muslim Designer Community* Pusat, diantaranya adalah:

“Alasan saya, ya memang dari awal tertarik dan waktu itu lagi senang juga sama dunia desain” (Umar, 1 November 2017).

Selain itu, alasan informan 3 berkeinginan untuk bergabung di *Muslim Designer Community* Pusat karena dukungan dan dorongan motivasi dari pengurus lain yang telah bergabung di *Muslim Designer Community* Pusat:

“Awalnya saya belum terlalu tertarik karena waktu itu saya masih bekerja di sebuah perusahaan di daerah Sukoharjo. Kebetulan desainer di perusahaan tersebut adalah Toni Ardan. Jadi setiap hari saya diajak dan ditawarkan untuk bergabung, karena *basic* saya videografi dan saat itu Toni ingin sekali untuk mengajak saya berkontribusi. Akhirnya lebih banyak terpengaruh dengan Toni Ardan karena komunikasi yang *intens* dan setiap hari ketika dulu bekerja di kantor yang sama. Tetapi karena saya alumni pondok, jadi waktu itu saya masih mengira dan mempelajari ini komunitas apa, dan mengetahui latar belakang dari teman-teman yang disana juga seperti apa. Baru setelah mengenal teman-teman MDC ini dari sisi pemikiran hampir sama, saya langsung bergabung dan langsung berkontribusi sampai saat ini” (Salim, 1 November 2017).

Sedangkan informan 4 memiliki motivasi untuk menyalurkan bakat mendesain yang dimilikinya serta berkeinginan untuk mendakwah Islam. Hal tersebut diterangkannya melalui wawancara berikut ini:

“Alasan yang pertama karena sesuai dengan profesi saya di bidang desain. Dan yang kedua menjadi wadah untuk berdakwah. Karena MDC

tentunya berbeda dengan yang lain, disini memiliki keistimewaan yaitu desainer muslim. Dengan harapan ketika saya bisa bergabung di MDC ini, bisa menyalurkan keahlian yang saya miliki untuk perkembangan dakwah Islam” (Edhy, 1 November 2017).

Alasan dan harapan untuk terlibat dalam kepengurusan *Muslim Designer Community* Pusat, memunculkan motivasi yang mendorong sikap dan peran para pengurus sukarela untuk menyumbangkan waktu, tenaga, dan pikiran. Peran tersebut meliputi tugas antar bagian didalam kelompok maupun orientasi kelompok *Muslim Designer Community* Pusat di lingkungan sosial.

“Manfaatnya besar sekali. Khususnya untuk relasi semakin banyak. Belajar desain juga lebih banyak pendalamannya. Karena bergabung juga sama teman-teman yang pintar desain. Mau tidak mau, kita ngikut gitu. Ikut suasana dan atmosfernya. Setelah itu sering diajak untuk mengisi. Menjadi tentor juga, sehingga belajarnya juga harus lebih” (Umar, 1 November 2017).

3.1.1 Orientasi Dakwah Komunikasi Visual sebagai Identitas Kelompok Muslim Designer Community

Dakwah merupakan bagian dari aktivitas komunikasi. Keduanya memiliki peranan yang hampir sama untuk menyampaikan hingga mempersuasi orang lain dengan pesan tertentu. Istilah *da'wah* berasal dari bahasa Arab yang berarti: seruan, ajakan dan panggilan. Sedangkan orang yang melakukan seruan atau ajakan tersebut dikenal dengan sebutan *da'i* yang artinya orang yang menyeru. Proses memanggil dan menyeru tersebut juga merupakan suatu proses penyampaian (*tabligh*) atas pesan-pesan khusus, sehingga seorang *da'i* dapat

disebut juga sebagai *mubaligh*, yaitu komunikator yang menyampaikan pesan kepada komunikan (Tasmara, 1997 : 31).

Secara terminologi, dakwah adalah upaya untuk mengajak orang lain kepada ajaran Islam dengan terlebih dahulu membina diri sendiri. Pembinaan diri sendiri menjadi sesuatu yang mutlak karena dakwah membutuhkan keteladanan. Penyampaian agama dilakukan secara bijak sehingga ajaran Islam dipahami dan diamalkan oleh masyarakat (Ma'arif, 2015 : 125-126). Upaya untuk mengajak merujuk pada pesan yang bersumber dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah, disesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki *mubaligh* tanpa mengandung unsur paksaan dalam menyampaikan agama Islam (Qs. Al-Baqarah : 256).

Seiring dengan perkembangan dan tuntutan zaman yang semakin maju, aktivitas dakwah tidak hanya berupa ceramah sederhana yang dilakukan di mimbar-mimbar masjid, namun dakwah juga membutuhkan aspek pendukung untuk memperlancar tujuan dakwah agar setara dengan keadaan sosial-budaya masyarakat setempat seperti; sumber daya *mubaligh* yang handal, pengelolaan administrasi, dan manajemen sasaran *mad'u* atau komunikan. Dilain sisi, dakwah juga membutuhkan sarana media yang relevan dengan perkembangan sosial-budaya masyarakat seperti: (a) media visual: majalah, koran, dan poster; (b) media audio visual: televisi hingga; (c) media *online* yang didalamnya mencakup jejaring sosial.

Dakwah komunikasi visual dapat dipahami sebagai penyampaian pesan khusus oleh *da'i* (komunikator) kepada sasaran *mad'u* (komunikan) dengan

memanfaatkan media komunikasi visual berupa poster, baner, spanduk, *flyer*, *sticker*, dan papan *display*. Istilah dakwah komunikasi visual digunakan oleh desainer grafis muslim untuk memudahkan para desainer dalam menyebut aktivitas dakwah mereka menggunakan media komunikasi visual. Penggabungan sekaligus istilah dakwah komunikasi visual juga bertujuan untuk menampilkan kesan dakwah yang lebih elegan.

Orientasi dakwah komunikasi visual sebagai identitas kelompok *Muslim Designer Community*, berfungsi sebagai penunjuk arah dan memandu kehidupan kelompok. Faktor budaya serta lingkungan sosial yang semakin bebas ditambah dengan perkembangan desain grafis yang menunjukkan sisi-sisi negatif lebih mendominasi, menjadikan *Muslim Designer Community* harus mempertegas identitas dan tujuan kelompok mereka. Selain itu, faktor kompetitor dakwah yang serupa, menekankan *Muslim Designer Community* memiliki ciri khas untuk menjaga eksistensi kelompok. Walaupun sebenarnya banyak komunitas serupa yang terbentuk dan terinspirasi dari model serta metode dakwah komunikasi visual yang digerakkan oleh *Muslim Designer Community*.

“Kalau desainer muslim, sebenarnya sudah banyak dari dulu. Bahkan semenjak belum ada MDC pun sudah banyak. Cuma masih terkesan tidak ada jama’ahnya, belum ada komunitas dan perkumpulannya. Mungkin bisa dibilang kemunculan MDC juga menjadi salah satu tren itu diantara teman-teman desainer muslim yang akhirnya banyak yang membuat perkumpulan baru yang skalanya ada yang sama, ada yang lebih kecil gitu lingkupnya, misal satu kota” (Umar, 1 November 2017).

Orientasi dakwah komunikasi visual yang dibangun oleh *Muslim Designer Community* terletak pada karya desainer muslim yang estetik namun tetap dalam batasan-batasan syareat Islam. Hal ini menjadi metode baru bagi aktivitas dakwah yang biasanya terkesan klasik dan selalu sama. Selain pembahasan tentang syareat Islam, dakwah komunikasi visual *Muslim Designer Community* juga membahas permasalahan sosial dan kemanusiaan secara multikultural. Disamping itu, dakwah komunikasi visual *Muslim Designer Community* juga berusaha hadir untuk masyarakat ketika momentum peringatan ataupun perayaan. Seperti poster (a) kemerdekaan negara Indonesia; (b) sumpah pemuda; (c) puasa Ramadhan; (d) Idul Fitri; (e) kemanusiaan Rohingya, Aleppo, Ghouta dan Palestina.

Gambar 3.1 Dakwah Komunikasi Visual Muslim Designer Community

(Sumber: <http://imedia9.net/15-desain-muslim-designer-community-mdc-terbaik.html> dan <https://www.facebook.com/groups/officialmdc/photos/>)





Gambar 3.2 Dakwah Komunikasi Visual Muslim Designer Community dan Permasalahan Sosial

(Sumber: <https://www.facebook.com/groups/officialmdc/photos/>)

Selanjutnya, orientasi dakwah komunikasi visual *Muslim Designer Community* Pusat juga memanfaatkan strategi *positioning*. Strategi *positioning* dalam poster memiliki tujuan seperti komunikasi pemasaran pada umumnya, agar materi dakwah yang disampaikan terus diingat oleh khalayak luas dan tertanam dalam ingatan mereka.



Gambar 3.3 Poster dakwah Muslim Designer Community yang dirancang menggunakan strategi *positioning*

(Sumber: <http://www.widod.net/2017/04/cara-mudah-mendapatkan-vip-joox-music.html> dan <https://www.facebook.com/groups/officialmdc/photos/>)

3.1.2 Produktivitas Kelompok Muslim Designer Community Pusat

Produktivitas kelompok erat hubungannya dengan pembagian tugas dan tanggungjawab. Pembagian tugas diperlukan untuk melaksanakan segala bentuk kegiatan kelompok serta mendorong terciptanya keterpaduan kelompok. Tugas-tugas tersebut terbagi kedalam beberapa struktur bagian yang meliputi:

3.1.2.1 Pembina dan Pengawas Muslim Designer Community

Pembina dan pengawas *Muslim Designer Community* Pusat melibatkan ustadz secara langsung dalam struktur kepengurusan mereka. Tugas pembina diberikan kepada ustadz Burhan Sodiq. Sedangkan wewenang pengawas diberikan kepada ustadz Abu Fatiah Al-Adnani. Pembina dan pengawas *Muslim Designer Community* Pusat memiliki fungsi sebagai komunikasi rujukan untuk *rijalus syura* serta MDC *founding father* terhadap struktur, program kerja serta kebijakan kelompok yang sesuai dengan syareat dan kaidah Islam.

3.1.2.2 Rijalus Syura

Rijalus Syura merupakan pimpinan tertinggi serta berperan sebagai *opinion leader Muslim Designer Community* Pusat yang memiliki tugas utamanya adalah bertanggungjawab terhadap perkembangan dakwah di *Muslim Designer Community* Pusat serta keputusan yang akan diambil. Terdiri dari *Founding Father* dengan 3 wakil divisi yang juga masuk kategori *Sabiqunal Awwalun* (generasi awal).

3.1.2.3 MDC Founding Father

MDC *founding father* merupakan struktur pimpinan tertinggi setelah pembina dan pengawas, dikarenakan MDC *founding father* berisikan para pendiri *Muslim Designer Community* Pusat dan memiliki fungsi untuk mengatur secara langsung aktivitas dakwah komunikasi visual di *Muslim Designer Community* Pusat. MDC Founding father terdiri dari seluruh pendiri *Muslim Designer Community* yang berjumlah 4 orang.

“Kalau di awal-awal berdirinya sekitar tahun 2013-2014 memang intensif di majelis, sering ketemu dan ngobrol bareng karena memang banyak konsep yang mau dibuat. Akhirnya kita mulai mengonsep bikin beberapa divisi, terus konsep kerja seperti apa, divisi ini mempunyai tugas seperti apa, jadi 2-3 tahun banyak dan sering interaksinya. Kalau sama teman-teman modelnya memang kerja tim saja. Sudah ada kepala divisinya, sudah ada koordinatornya dan *founding father* awal-awal sama-sama kerja bareng saja. Tapi sekitar satu tahun terakhir ini Ismail ingin mulai tidak ke teknis dan lebih ke model pengawasan saja. Pelaksanaan teknisnya di generasi keduanya. Seperti Salim, Umar, Lukman, dan Edhy. Jadi ada beberapa generasi yang lebih muda dari *founding father*” (Toni, 1 November 2017).

MDC FOUNDING FATHER	
Nama	Jabatan
Nur Hadi Ismail	<ul style="list-style-type: none"> a. Komandan MDC b. Dewan Visual MDC
Fery Widayoko	<ul style="list-style-type: none"> a. Wakil 1 b. Manager Operasional c. Kepala Divisi Development
Toni Ardan	<ul style="list-style-type: none"> a. Wakil 2 b. Strategic Planning c. Kepala Divisi Media
Dwi Sutrisno	<ul style="list-style-type: none"> a. Wakil 3 b. Amir Rijalus Syura c. Kepala Divisi Office Community

Tabel 3.1 Struktur MDC Founding Father (Sumber: Profil Community 2015)

3.1.2.4 Kabinet MDC

Kabinet MDC merupakan singkatan khusus dari 3 divisi, yaitu:

M: Divisi Media

D: Divisi Development

C: Divisi C.E.O (*Coaching, Exhibitions dan Organizer*)

Fungsi utama dari kabinet MDC seperti halnya kabinet yang ada di negara Republik Indonesia. Didalamnya terdapat beberapa bagian divisi yang mengatur secara teknis dakwah komunikasi visual *Muslim Designer Community* Pusat.

3.1.2.4.1 Divisi Media

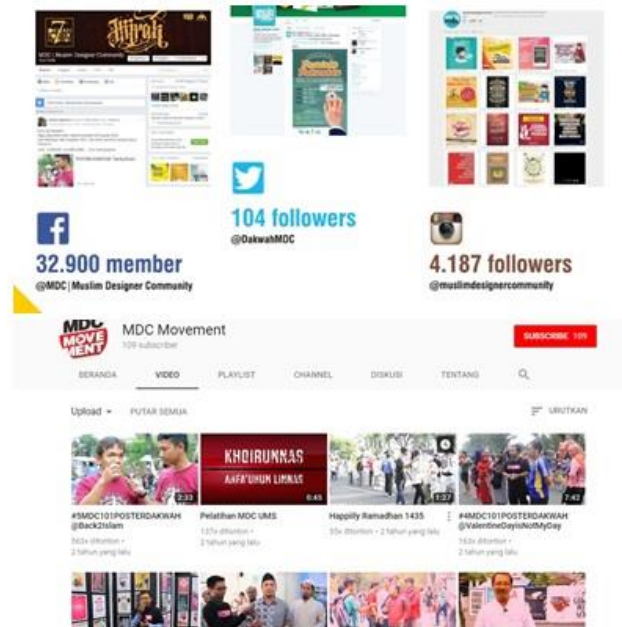
Divisi media dipimpin oleh Salim Albasam. Media memiliki tugas utama yang berurusan dengan media komunikasi untuk dan memiliki peran untuk mempromosikan produk-produk dakwah komunikasi visual di *Muslim Designer Community* Pusat. Divisi media membawahi 4 tugas utama yaitu:

1. Sosial Media
2. Website
3. MDC Magazine
4. Videography

Selain tugas utama diatas, perkembangan terbaru dari divisi media adalah menyediakan *tools* untuk para desainer grafis muslim dan memudahkan mereka untuk mengunduh sesuai keperluan yang diinginkan.

“Divisi media, hubungan kerjanya lebih kearah dunia visual dan mengerjakan *project* di media sosial. Tugas baru kemudian akhir-akhir ini kita membuat *channel* khusus untuk MDC, jadi kalau membutuhkan *tools* sekarang tinggal mencari di satu *server Google Drive* maupun di *channel Telegram* biasanya kita arahkan ke situ semua dan itu masih sifatnya untuk teman-teman yang memang membutuhkan. Semua bahan desain yang asli maupun sudah jadi bisa dimanfaatkan untuk profit dan lain-lain tapi tetap kita fokuskan untuk dakwah. Jadi mereka ketika butuh sesuatu yang baru

tahu manual, dapat diunduh di satu file itu semua” (Salim, 1 November 2017).



Gambar 3.4 Media Sosial dan Videografi *Muslim Designer Community* (Sumber: Profile Community 2015 dan <https://www.youtube.com/user/mdcmovement/videos>)

3.1.2.4.2 Divisi Development

Divisi Development dipimpin oleh Fery Widayoko selaku pendiri *Muslim Designer Community* Pusat dan kepala divisi development beserta wakilnya Edhy Prynt. Tugas utama divisi development adalah mencari dan mengumpulkan dana yang berguna untuk menjalankan manajemen dakwah komunikasi visual *Muslim Designer Community*. Pengumpulan dana yang didapatkan bersumber dari penjualan produk desain *Muslim Designer Community* Pusat yaitu berupa: kaos, mug, dan stiker. Penjualan produk *Muslim Designer Community* Pusat lebih banyak memanfaatkan media *online* seperti jejaring sosial.

“Project terbaru dari MDC Development saat ini mengeluarkan produk yaitu MDC Apparel yang terdiri sekitar 8 desain dan peminatnya alhamdulillah semakin banyak. Dan laba dari hasil penjualan ini untuk keperluan dakwah di MDC. Dompot dakwah juga masih dalam lingkup dan diurus oleh divisi development. Tapi untuk saat ini dompot dakwah belum banyak bergerak. Saat ini masih fokus di pengembangan usaha *clothing*”(Edhy, 1 November 2017).



Gambar 3.5 Produk Rancangan Desain MDC Apparel dan Mug
(Sumber: <https://www.facebook.com/pg/MDCApparel/photos>)

3.1.2.4.3 Divisi C.E.O (Coaching Event Organizer)

Divisi C.E.O dipimpin oleh Umar Noer Cholis yang memiliki fokus tugas utama pada 3 tanggungjawab:

3.1.2.4.3.1 Choaching (Pelatihan)

Berperan sebagai fasilitator pelatihan khususnya bidang desain grafis dengan software dasar Coreldraw, Adobe Photoshop maupun Adobe Illustrator. Tidak menutup kemungkinan pelatihan yang lain,

seperti video editing, dan lain-lain. Juga berperan untuk menjalin kerjasama dengan pihak lain.



Gambar 3.6 Pelatihan dari Muslim Community Pusat (Sumber: <https://www.facebook.com/groups/officialmdc/search/pelatihanmdc>)

3.1.2.4.3.2 Exhibitions (Pameran)

Exhibitions berperan sebagai penyelenggara pameran poster dakwah yang bersumber dari karya member *Muslim Designer Community*. Adapun terdapat juga karya selain poster seperti film pendek yang bernilai dakwah. Lokasi pameran biasanya diadakan di Jalan Slamet Riyadi ketika acara Solo *Car Free Day*.

3.1.2.4.3.3 Organizer (Pengorganisir Acara)

Event Organizer berperan dalam menyelenggarakan agenda-agenda dakwah berupa: talkshow, kajian, bedah buku Islam, dan lain sebagainya. Selain itu, peran *Event Organizer Muslim Designer*

Community, melakukan kerjasama dengan *Event Organizer* lain diluar *Muslim Designer Community* Pusat.



Gambar 3.7 Pameran Poster Dakwah *Muslim Designer Community* Pusat dengan Tema “Say No to Valentine Day” (Sumber: <https://www.facebook.com/groups/officialmdc/search/valentine>)



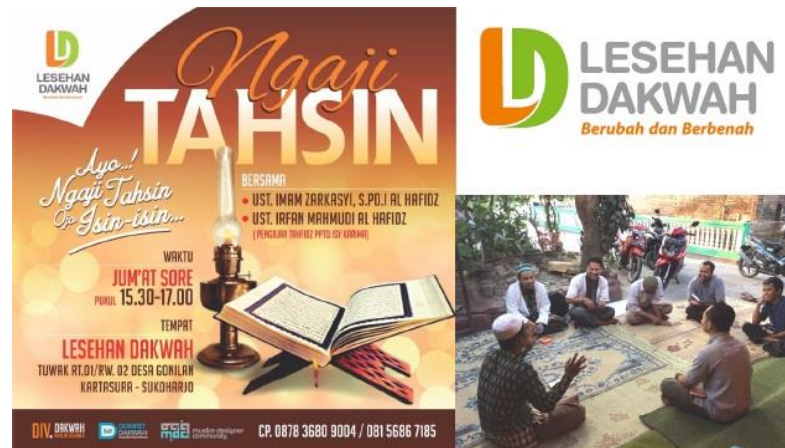
Gambar 3.8 Talkshow “Saatnya Visual Turut Berdakwah” (Sumber: <https://www.facebook.com/groups/officialmdc/search/talkshowmdc>)

3.1.2.5 Divisi Dakwah dan Sosial

Divisi dakwah dan sosial memiliki tanggungjawab yang terbagi menjadi 2 bagian:

3.1.2.5.1 Lesehan Dakwah

Lesehan dakwah merupakan kegiatan untuk peningkatan spiritualitas internal pengurus *Muslim Designer Community* Pusat dan melibatkan masyarakat yang ingin berpartisipasi yang diadakan rutin setiap satu bulan sekali. Disamping peningkatan spiritualitas, lesehan dakwah juga menghadirkan tema-tema menarik untuk mengembangkan kreativitas dalam merancang desain grafis untuk berdakwah.



Gambar 3.9 Lesehan Dakwah

(Sumber: Profile Community dan

<https://www.facebook.com/groups/officialmdc>)

3.1.2.5.2 Dompot Dakwah

Dompot dakwah memiliki tugas utama dan tanggungjawab untuk mewujudkan masyarakat yang mempunyai kesadaran tinggi untuk membantu kaum muslimin yang membutuhkan dan perkembangan dakwah Islam. Dengan misi sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kesadaran umat untuk berinfaq atau sedekah melalui Dompot Dakwah;
- b. Memaksimalkan peran infaq atau sedekah dalam perkembangan dakwah Islam dan kaum muslimin; serta
- c. Mengelola infaq atau sedekah secara inovatif dan kreatif.

Aktivitas dompot dakwah belum dapat berjalan secara lancar dan baik, sehingga tugas dompot dakwah bergabung dengan divisi development

yang lebih fokus untuk mencukupi dana dakwah *Muslim Designer Community* Pusat.

3.2 Sistem Kerja Kelompok Muslim Designer Community Pusat

Implikasi dari tradisi sibernetika adalah membantu dalam melihat fungsi kelompok. Sibernetika menempatkan kelompok adalah bagian dari sistem yang lebih besar (Littlejohn, 2012 : 328). Kelompok yang didalamnya terdapat sejumlah bagian-bagian, dapat bekerja dengan baik apabila mendapat kekuatan interaksi. Kelompok kerja efektif antarbudaya yang Oetzel bahas ini, bahwa model *input* akan menghasilkan proses *output* dalam membentuk variabel-variabel penting yang mempengaruhi fungsi kelompok (Littlejohn, 2009 : 335).

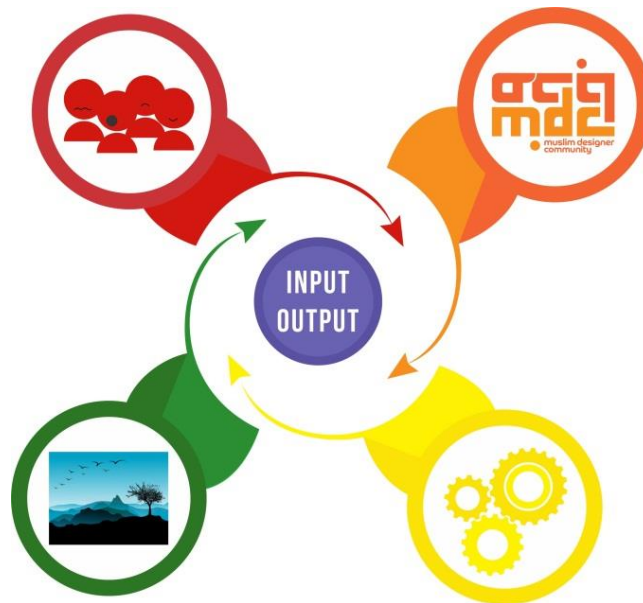
3.2.1 Input dan Output Muslim Designer Community Pusat

Peneliti menggambarkan model *input* proses *output* *Muslim Designer Community* Pusat, seperti sebuah siklus. Informasi dari luar, masuk kedalam kelompok *Muslim Designer Community* Pusat, mempengaruhi kelompok dan selanjutnya informasi tersebut diproses kembali untuk menghasilkan *output* tertentu yang berguna untuk mempengaruhi masyarakat luas. Seperti yang dikatakan Oetzel dalam Littlejohn (2012 : 335) bahwa *input* proses menghasilkan keadaan.

“Kalau rutinitas kita di majelis setiap jum’at malam itu, kita membahas apa saja. Membahas tentang fenomena-fenomena yang sedang hangat menjadi perbincangan. Nah dari situ kita nanti bisa bikin *event*. Jadi kita bisa mengonsep bersama-sama. Karena saya juga pernah membuat tema *submit* poster setiap bulan. Terkadang juga tidak harus pakai tema

yang itu lagi. Jadi kita sudah punya tema besar. Ada yang sampingan-sampingan saja.” (Umar, 1 November 2017).

Input masuk kedalam kelompok *Muslim Designer Community* Pusat dipengaruhi oleh fenomena sosial yang sedang berkembang dan menjadi perbincangan luas di masyarakat. Selanjutnya, fenomena sosial tersebut diproses dan disusun kembali menjadi rancangan konten dakwah yang menghasilkan *output* untuk berdakwah kepada masyarakat. *Input* dan *out* terkadang berupa materi-materi nyata; atau dapat pula berupa energi dan informasi (Littlejohn, 2012 : 60).



Gambar 3.10 Siklus Model *Input* Proses *Output* Muslim Designer Community Pusat (Sumber: Olahan Penulis)

Sebagai contoh seperti dalam kegiatan poster dakwah bulanan yang diadakan *Muslim Designer Community* Pusat, diambil dari tema sederhana yaitu “*The True Leader*” atau pemimpin sejati. Gagasan tema poster dakwah tersebut,

dikolaborasikan dengan fenomena sosial yang sedang menjadi perbincangan hangat di kancah perfilman Indonesia yang berjudul “Dilan”. Melalui kemunculan film ini, timbul ide dan gagasan untuk turut memproduksi poster dakwah dengan konten yang hampir serupa.



Gambar 3.11 (atas) *Submit* tema poster dakwah bulan Januari 2018 “*The True Leader*”; (bawah kanan) *Quote* “Dilan Tahun 1990” dan; (bawah kiri) Hasil poster dakwah “Dilan Amanah” yang terinspirasi dari *quote* novel dan telah diangkat ke dunia perfilman

(Sumber: <https://www.facebook.com/groups/officialmdc> dan <https://geotimes.co.id/kolom/film/ketika-dilan-memilih-puisi-atau-nasi/>)

Tatanan dan komposisi dalam sebuah kelompok dapat menjadi faktor dalam mencapai tugas-tugas utama kelompok. Komposisi kelompok dapat diartikan sebagai derajat kesamaan atau perbedaan karakteristik anggota kelompok yang mempengaruhi aktivitas kelompok (Liliweri, 2014 : 24). Komposisi kelompok *Muslim Designer Community* Pusat cenderung dikatakan sebagai kelompok yang homogen. Hal ini berdasarkan karakteristik dan latarbelakang tempat tinggal pengurus *Muslim Designer Community* Pusat yang sama, yakni masih dalam satu lingkup wilayah Surakarta dan sekitarnya, sehingga mendukung aktivitas dan interaksi dalam kelompok. Walaupun terdapat satu ataupun dua pengurus *Muslim Designer Community* Pusat yang berasal dari luar daerah Surakarta, keberadaannya tidak mempengaruhi dan justru dapat mewarnai keberagaman latarbelakang budaya di *Muslim Designer Community* Pusat. Menurut John Oetzel wilayah perbedaan budaya dalam sebuah kelompok dapat dibagi menjadi tiga kategori: (a) kolektivisme; (b) kehendak diri; dan (c) urusan rupa. Ketiga kategori tersebut saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan.

“Kami lebih ke budaya kekeluargaan yang profesional. Meski sering bebanda saat jadi tim kerja, namun *goal* atau hasil harus tetap profesional sesuai yang direncanakan” (Toni, 24 November 2017).

Istilah kehendak diri dapat dipahami bagaimana anggota memikirkan diri mereka sendiri dalam suatu kelompok. Kehendak diri dibagi menjadi dua tipe dasar: (1) bebas dan; (2) saling ketergantungan (Littlejohn, 2012 : 336). Melalui hasil wawancara yang diungkapkan oleh informan 2 tersebut, bahwa budaya kelompok yang diterapkan adalah budaya kolektivitas sehingga para pengurus

Muslim Designer Community Pusat memiliki tipe saling ketergantungan antara pengurus satu dengan pengurus lainnya.

“Sudah banyak komunitas yang berkerjasama dengan MDC Pusat, bersinergi membuat *event* bersama. Seperti *talkshow*, pelatihan desain, pameran bersama, penggalangan dana dan lain-lain. Bekerjasama untuk visi dan misi yang telah disepakati bersama dalam bentuk sosial ataupun komersil. Kalau masalah tim kerja lebih banyak dibahas di Kabinet MDC” (Toni, 24 November 2017).

Saling ketergantungan antara pengurus MDC Pusat dalam menyelesaikan target pribadi maupun tugas utama kelompok dapat menjadi faktor dalam mengevaluasi dan keberhasilan meraih keseluruhan target kelompok. Karena budaya kelompok yang cenderung kolektif dapat menciptakan kelompok yang solid. Mereka lebih mengutamakan urusan bersama karena toleransi dalam budaya kolektif yang tinggi sehingga lebih melibatkan bagaimana pengurus *Muslim Designer Community* Pusat mengatur rupa atau kesan bersama di lingkungan sosial dan mengatur kesan orang lain dihadapan pengurus tanpa mengesampingkan kesan pribadi masing-masing.

“Perspektif terhadap sikap seseorang mungkin berbeda-beda. Namun sejatinya mereka yang di Rijalus Syura punya kelebihan dan kekurangan masing-masing. Kelebihannya jelas sudah banyak berkontribusi dalam semua program serta konsep MDC selama ini yang sudah dipetik manfaatnya oleh umat secara bersama. Masalah kekurangannya, hanya sekedar masalah pribadi ataupun keluarga yang mungkin masuk kategori privasi (Toni, 24 November 2017).

Hal tersebut juga diungkapkan oleh informan 4:

“Mengenai pribadi masing-masing desainer memang berbeda-beda karakter dan itu kami maklumi karena setiap manusia itu memang diberikan oleh Allah karakter masing-masing dan kita tidak memperlmasalahkannya dan mungkin ketika ada anggota yang bersifat individualistis itu tetap kami rangkul dan kami ajak supaya bisa bekerja sama dengan baik dan bisa melaksanakan program-program yang sudah MDC Pusat tetapkan dengan baik. Sehingga tidak ada rasa yang bisa merenggangkan silaturahmi antar anggota MDC Pusat ini” (Edhy, 26 November 2017).

Sebuah kelompok apabila mampu mengatur perbedaan latarbelakang ataupun budaya yang sedang berkembang di lingkungan sosial, dapat menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kelompok tersebut. John Oetzel dalam Littlejohn (2012 : 336-337) memaparkan teorinya bahwa tingkatan sebuah kelompok mampu mengatur perbedaan antarbudaya ditentukan melalui beberapa faktor situasi: (1) sebuah sejarah dari konflik yang tidak terselesaikan di antara kelompok budaya dalam masyarakat luas; (2) keseimbangan keluar-masuk kelompok; (3) keluasan tugas kelompok; dan (4) perbedaan status.

Lingkungan sosial di sekitar *Muslim Designer Community Pusat* memiliki cara pandang dan tanggapan yang berbeda dengan kehadiran komunitas tersebut. Sebagian besar lingkungan sosial menyambut dan menerima keberadaan *Muslim Designer Community Pusat* serta cenderung mempengaruhi dengan hal-hal positif. Walaupun terdapat beberapa pihak yang tidak menyukai keberadaan *Muslim Designer Community Pusat*, ketidaksukaan tersebut tidak memberikan pengaruh yang besar kepada *Muslim Designer Community Pusat* untuk mendakwahkan

Islam dengan melaksanakan strategi serta tugas-tugas kelompok. Seperti yang diungkapkan oleh informan 2:

“Selama ini pengaruh lingkungan sekitar sebagian besar turut mendukung semua program dakwah MDC. Meski ada beberapa oknum yang berseberangan atau mencibir, tetapi lambat laun mereka akhirnya mengakui keberadaan MDC” (Toni, 24 November 2017).

Faktor kedua terletak pada keseimbangan keluar-masuk para pengurus *Musim Designer Community* Pusat. Umumnya keluar-masuk anggota pada sebuah kelompok sering mempengaruhi kinerja dalam mencapai tugas-tugas kelompok. Selain itu, keluar-masuk anggota kelompok biasanya berpengaruh terhadap hubungan antarpribadi. Anggota yang ditinggal menjadi sedih karena tidak memiliki teman untuk berbagi cerita. Sehingga terkadang hubungan antarpribadi juga akan berdampak kepada kinerja kelompok.

“Keluar masuk anggota sudah menjadi *sunnatullah* dan alamiah di semua grup. Ada yang beralasan sibuk dengan pekerjaan, sedang butuh introspeksi diri dan lain-lain. Namun alhamdulillah, keluar masuk anggota tidak begitu mempengaruhi kinerja tim. Karena kunci utama di tim Rijalus Syura yang solid” (Toni, 24 November 2017).

Dalam menyelesaikan tugas utama kelompok, hal yang diperlukan adalah kekompakan dan kepercayaan dari masing-masing anggota kelompok. Karena kelompok kerja merupakan kelompok yang berinteraksi, terutama untuk berbagi informasi dan mengambil keputusan untuk membantu setiap anggota yang bekerja di dalam area tanggungjawabnya (Robbins dan Judge, 2015 : 206). Sehingga

kekompakan dan kepercayaan penuh untuk dapat menyelesaikan tugas, pada akhirnya akan berpengaruh terhadap sinergi antar pengurus *Muslim Designer Community* Pusat, keluasan serta kenyamanan mereka dalam menyelesaikan tanggungjawabnya. Kelompok akan memiliki keluasan tugas yang kooperatif.

Faktor keempat adalah perbedaan status. Status adalah suatu posisi yang didefinisikan secara sosial atau peringkat yang diberikan kepada kelompok atau para anggota kelompok oleh orang lain (Robbins dan Judge, 2015 : 188). Perbedaan status dan karakteristik dalam kelompok akan menciptakan hierarki dalam kelompok. Saling menghormati dan tenggang rasa terhadap status diantara pengurus *Muslim Designer Community* Pusat akan mengurangi perselisihan, dominan kekuasaan dan ketidakadilan dalam status.

Budaya kolektivitas *Muslim Designer Community* Pusat yang selalu melibatkan kehadiran masing-masing pengurus dalam setiap tugas kelompok, berdampak baik dalam penyelesaian konflik dalam kelompok. Pengurus akan selalu dilibatkan untuk bermusyawarah untuk menghadapi konflik kelompok yang sedang terjadi. Hal ini dijelaskan oleh informan 2 sebagai berikut:

“Hampir semua program dan permasalahan yang mungkin belum ketemu titik terang dan kesepakatan, kita musyawarahkan sampai *deal*. Jika memang *alot*, keputusan tertinggi tetap tim Rijalus Syura dan Komandan” (Toni, 24 November 2017).

Dua ide besar dari tradisi sibernetika adalah tindakan kelompok lebih dari sekedar tindakan individu. *Muslim Designer Community* Pusat menempatkan tugas utama yakni berdakwah melalui media komunikasi visual sebagai keseluruhan dari kelompok dan bukan menjadi tugas masing-masing pengurus.

Budaya kelompok yang cenderung kolektif serta interaksi kelompok yang mengedepankan rupa atau kesan bersama menjadi kekuatan *Muslim Designer Community* Pusat. Ide besar kedua adalah *output* yang dihasilkan oleh *Muslim Designer Community* Pusat, memberikan timbal balik untuk mempengaruhi kinerja kelompok dalam berdakwah melalui media komunikasi visual.



Gambar 3.12 Sistem Komunikasi Kelompok Muslim Designer Community Pusat

(Sumber: Teori John Oetzel dan Olahan Penulis)

3.3 Pola Komunikasi Interaksional Kelompok Muslim Designer Community

Pusat

Interaksi yang dilakukan berulang-ulang akan membentuk pola-pola komunikasi. Menurut Djamarah (2004: 1) bahwa pola komunikasi disini dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami dan ditafsirkan sama.

Pola komunikasi yang intens serta intim akan berdampak kepada suatu hubungan. Dampak yang timbul dapat dikatakan positif maupun negatif. Orientasi individu dalam hubungan dan pola mereka dalam berkomunikasi satu sama lain menciptakan iklim komunikasi. Iklim dan perilaku individu dapat dicirikan sepanjang garis kontinum yang menghubungkan titik sangat mendukung dan titik sangat defensif (Ruben dan Stewart, 2014 : 286). Merancang desain grafis dalam rangka mendakwah Islam, menjadi dukungan semangat antar individu dan divisi kelompok serta menciptakan iklim suportif dalam kelompok *Muslim Designer Community* Pusat.

3.3.1 Trafik Komunikasi Muslim Designer Community Pusat

Sebagaimana yang telah penulis uraikan pada penjelasan sub bab sebelumnya, bahwa produktivitas erat hubungannya dengan wewenang dan tanggungjawab. Tanggungjawab tersebut dikelola antar divisi kelompok dan dihubungkan dengan komunikasi. Selain itu, dalam pembahasan proses-proses

komunikasi kelompok, ada kategori tema-tema yang didiskusikan. Kategori tersebut meliputi:

1. Tema Substantif (*substantive themes*), yaitu tema yang topiknya ada kaitannya dengan tugas kelompok.
2. Tema Prosedural (*procedural themes*), yaitu tema yang memberi pada bagaimana diskusi harus berkembang, diatur, diubah atau dikoreksi.
3. Tema yang tidak relevan (*irrelevant themes*), yaitu tema yang tidak ada kaitannya baik secara substantif maupun prosedural dengan tugas kelompok.
4. Gangguan-gangguan (*disruptions*), yaitu kejadian-kejadian yang mengganggu tema-tema yang sedang didiskusikan, misalnya kalau dua anggota atau lebih berbicara pada saat yang bersamaan (Goldberg, 1985 : 21).

Trafik komunikasi antar divisi kelompok *Muslim Designer Community* Pusat menggunakan istilah “Komunikasi Ring” dengan urutan nominal angka 1, 2, 3 dan 4 untuk menunjukkan jenjang dan tingkatan komunikasi kelompok:

3.3.1.1 Komunikasi Ring 1

Komunikasi Ring 1 terdiri dari *Rijalus Syura, Founding Father* dengan 3 wakil divisi yang juga masuk kategori *Sabiqunal Awwalun* (generasi pertama). Tema yang dibahas dalam Komunikasi Ring 1 meliputi konsep ide serta gagasan strategis mengenai apa yang ingin dibuat di *Muslim Designer Community* Pusat.

3.3.1.2 Komunikasi Ring 2

Komunikasi Ring 2 terdiri dari pengurus rutin *Muslim Designer Community* Pusat, yaitu semua bagian dari divisi *Muslim Designer Community* Pusat. Komunikasi dalam Ring 2 berfungsi sebagai tim kerja yang lebih fokus ke teknis pelaksanaan ide dan gagasan *Muslim Designer Community* Pusat.

3.3.1.3 Komunikasi Ring 3

Komunikasi Ring 3 mencakup pengurus rutin, yaitu seluruh divisi *Muslim Designer Community* Pusat ditambah dengan ketua ataupun pengurus dari masing-masing *chapter Muslim Designer Community* di seluruh Indonesia serta luar negeri. Terkadang tema-tema yang didiskusikan dalam Komunikasi Ring 3 meliputi tema prosedural serta tema yang tidak relevan. Seperti berbagi informasi penting mengenai perkembangan dunia Islam yang membutuhkan kerjasama dengan *Muslim Designer Community* Pusat, ataupun berbagi informasi lowongan pekerjaan desainer grafis, serta candaan khas desainer grafis. Selebihnya, dikhususkan untuk Komunikasi Ring 3, kegiatan dan pola komunikasi rutin dilakukan melalui grup jejaring sosial *Whatsapp*.

3.3.1.4 Komunikasi Ring 4

Komunikasi Ring 4 terdiri dari grup *online* jejaring sosial *Facebook* yang beranggotakan lebih dari 40.000 anggota. Komunikasi Ring 4 bersifat heterogen dan bebas, dikarenakan anggota yang tergabung hanya partisipan aktif maupun pasif berkontribusi membuat poster dakwah komunikasi visual di linimasa *Facebook Muslim Desinger Community*. Sehingga tema-tema yang didiskusikan lebih cenderung tidak relevan dan terdapat banyak gangguan-gangguan komunikasi, seperti perdebatan konten dakwah yang menimbulkan *ikhtilafiyah* (perbedaan pendapat). Walaupun terkadang terdapat tema prosedural seperti tutorial *software* desain serta bekerjasama untuk mengadakan *event*.

3.3.2 Pola dan Model Komunikasi Interaksional

Menurut Wiseman dan Barker dalam Mulyana (2014 : 133) mengemukakan bahwa model komunikasi mempunyai tiga fungsi: *pertama*, melukiskan proses komunikasi; *kedua*, menunjukkan hubungan visual; dan *ketiga*, membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi. Sedangkan Deutsch menyebutkan bahwa model mempunyai empat fungsi, yaitu: (1) Mengorganisasikan (kemiripan data dan hubungan) yang tadinya tidak teramati; (2) Heuristik (menunjukkan fakta-fakta dan metode baru yang tidak diketahui); (3) Prediktif, memungkinkan peramalan dari sekedar tipe ya atau tidak hingga kuantitatif yang berkenaan dengan kapan dan berapa banyak; (4) Pengukuran, mengukur fenomena yang diprediksi.

Model dan pola komunikasi yang terbentuk di *Muslim Designer Community* Pusat adalah Model Interaksional. Model interaksional merujuk pada model komunikasi yang dikembangkan oleh para ilmuwan sosial yang menggunakan perspektif interaksi simbolik. Model interaksi simbolik, menempatkan orang-orang sebagai peserta komunikasi yang bersifat aktif, reflektif, dan kreatif, menafsirkan perilaku yang rumit serta sulit diramalkan (Mulyana, 2014 : 172).

Sebagaimana halnya pola komunikasi interaksional yang dilakukan oleh *Muslim Designer Community* Pusat, komunikasi yang terjalin antara Ring 1 hingga Komunikasi Ring 4 memiliki pola dan alur yang bebas kecuali untuk Komunikasi Ring 4, yang mana alur komunikasi ini harus melewati admin grup *online*, setelah itu baru dapat disampaikan kepada bagian Ring yang lain. Selain itu, pola komunikasi interaksional antar bagian Ring 1 hingga Ring 4 baru akan terlihat ketika *Muslim Designer Community Pusat* mengadakan *event*.

“Jika ada *job* masuk ke MDC Pusat, baik itu *order* logo atau web desain atau yang lain itu, sistem kerjasamanya biasanya dibagi menjadi per-bagian, semacam kontrak *job* begitu. Selanjutnya kalau penawaran sudah oke, akan langsung kami proses” (Edhy, wawancara via online 25 November 2017).

Pada model interaksional, terjadi umpan balik (*feedback*) gagasan. Pengirim (*sender*) mengirimkan informasi dan penerima (*receiver*) yang melakukan seleksi, interpretasi dan memberikan respon balik terhadap pesan dari pengirim. Dengan demikian, komunikasi berlangsung dalam proses dua arah (*two-way*) maupun proses peredaran atau perpurataran arah (*cyclical process*), sedangkan setiap

partisipan memiliki peran ganda, dimana pada satu waktu bertindak sebagai *sender*, sedangkan pada waktu lain berlaku sebagai *receiver* (Bungin, 2006 : 258). Sebagaimana halnya dengan para pengurus *Muslim Designer Community* Pusat yang memiliki kepengurusan ganda dalam alur dan pola komunikasi yang berperan sebagai pengirim maupun penerima pesan sekaligus antara Ring 1 sampai dengan Ring 4.

Selain itu, komunikasi dua arah mendorong interaksi anggota yang terbuka dan jujur, partisipasi dan kepemimpinan yang terbagi rata, pengambilan keputusan dengan cara mufakat dan unsur-unsur lain yang ada dalam hal keefektifan kelompok (Johnshon, 2012 : 158).



Gambar 3.13 Pola Komunikasi Interaksional Muslim Designer Community Pusat (Sumber: Olahan Penulis)

Dalam pola komunikasi interaksional, pengaruh yang timbul dari komunikasi dua arah, cenderung dan banyak berubah ke arah yang lebih positif. Walaupun terdapat beberapa pengaruh negatif serta kelemahan dari

segi waktu karena program kerja yang diputuskan melalui mufakat dan dapat menghabiskan waktu yang cukup lama.

“Hampir semua program dan permasalahan yang mungkin belum ketemu titik sepakat, kita musyawarahkan sampai deal. Jika memang *alot*, keputusan tertinggi tetap di Tim *Rijalus Syura* dan komandan” (Toni, wawancara via online 2017).

Peran dasar serta ideologi seorang pemimpin dalam pola komunikasi interaksional juga dapat mempengaruhi konten dakwah komunikasi visual *Muslim Designer Community* Pusat. Ideologi Islam yang dibangun *Muslim Designer Community* Pusat menggabungkan dua unsur, yaitu (1) Klasik atau salafy; serta (2) Moderat. Hal ini berdasarkan pada Pembina dan Pengawas *Muslim Designer Community* Pusat serta Tim *Rijalus Syura*. Sehingga, ideologi dakwah Islam yang terbentuk dalam konten dakwah bersifat multikultural sesuai syareat.

Selanjutnya, pola komunikasi dalam kelompok yang diterangkan dalam Johnshon (2012 :148) memposisikan bahwa dalam pembuatan keputusan yang efektif, komunikasi mempunyai dua fungsi, yaitu (a) Fungsi Promosi: mempromosikan pemikiran praduga dan pemikiran yang kritis serta; (b) Fungsi Meniadakan: mencegah kelompok membuat kesalahan. Fungsi promosi yang terbentuk di *Muslim Designer Community* Pusat dijelaskan oleh informan 2 sebagai berikut:

“Interaksi Ring 3 lebih sering via *whatsapp* grup saja. Berbagi link poster jika ada *event* di tiap kota. Berbagi info penting dunia Islam yang sedang butuh poster dari MDC. Selebihnya seperti berbagi loker, jokes ala desainer, dan lain-lain” (Toni, wawancara via online 23 November 2017).

Sedangkan fungsi meniadakan, yaitu mencegah kelompok membuat kesalahan, terbentuk ketika hambatan kelompok mulai muncul dalam melaksanakan program kerja.

3.4 Faktor-Faktor yang Menghambat Pola Komunikasi Interaksional Muslim Designer Community Pusat

Pola komunikasi dalam kelompok terkadang tidak dapat berjalan dengan baik dikarenakan adanya hambatan-hambatan yang menghalangi keberhasilan komunikasi. Hambatan dalam berkomunikasi adakalanya diperlukan untuk mengevaluasi tujuan-tujuan kelompok yang belum tercapai. Hambatan-hambatan pola komunikasi yang ada di Muslim Designer Community diantaranya:

3.4.1 Hambatan Teknis

Hambatan teknis merupakan hambatan yang disebabkan oleh kurangnya sarana dan prasarana yang diperlukan oleh kelompok. Baik dalam internal kelompok maupun eksternal kelompok.

“Bicara produk berlabel brand MDC, memang baru apparel yang telah eksis. Web mdcmovement.id belum tergarap maksimal. MDC Magz baru mentok di ranah konsep dan pengumpulan naskah” (Toni, wawancara via online 23 November 2017).

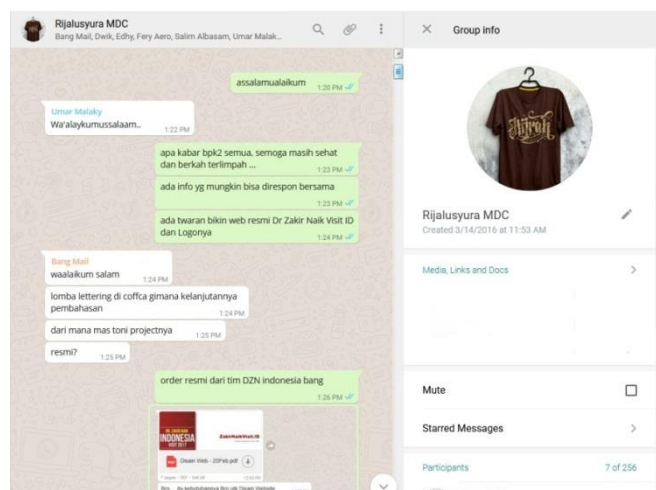
3.4.2 Hambatan Jarak dan Waktu

Hambatan jarak menurut Wursanto dalam Masmuh (2008 : 84) disebut juga dengan hambatan geografis, komunikasi akan lebih mudah berlangsung apabila antara kedua belah pihak yang saling mengadakan interaksi, berada di suatu tempat yang tidak berjauhan.

Jarak tempuh masing-masing lokasi tempat tinggal para pengurus *Muslim Designer Community* Pusat yang jauh dari kantor mempengaruhi waktu para pengurus untuk berkomunikasi secara tatap muka. Faktor inilah yang menjadi hambatan terbesar hingga saat ini. Namun hambatan jarak tempuh tidak menghalangi para pengurus *Muslim Designer Community* Pusat untuk berkomunikasi. Sarana yang dimanfaatkan oleh para pengurus untuk memudahkan dan mengurangi hambatan tersebut adalah komunikasi melalui saluran media online, seperti jejaring sosial *Whatsapp*.

Faktor jarak tempuh juga yang banyak mempengaruhi pola komunikasi diantara pengurus dan bagian divisi *Muslim Designer Community* Pusat. Sehingga dapat dipastikan bahwa pola komunikasi kelompok bersifat bebas.

“Hambatan lebih ke miss komunikasi atau delay, misal quota pulsa, jarak posisi masing-masing dan waktu luang yang tiba-tiba susah dicari” (Toni, wawancara via online 23 November 2017).



Gambar 3.14 Interaksi Pengurus Muslim designer Community Pusat melalui jejaring sosial *Whatsapp* (Sumber: Wawancara Via Online)

3.4.3 Hambatan Struktur

Faktor dari hambatan jarak dan waktu juga mempengaruhi hambatan karena struktur di *Muslim Designer Community Pusat*. Hambatan struktur terjadi disebabkan oleh adanya perbedaan tingkat dan pembawaan dalam pembagian tugas.

“Jalan alternatif dalam pengambilan keputusan kelompok, kembali ke tanggungjawab masing-masing serta kesadaran diri sendiri. Jika memang repot, yang bersangkutan bisa merekomendasikan tugas yang sudah diamanahi sebelumnya ke orang lain yang dipercaya dan mampu bisa menyelesaikan amanahnya. Jika sampai jelang *deadline*, misalnya belum ada *preview* tugas, tim RS bersigap menyambut dengan tenaga ekstra demi menjaga nama baik komunitas” (Toni, wawancara via online 23 November 2017).

Setelah mengetahui hambatan-hambatan yang mengganggu pola komunikasi di *Muslim Designer Community Pusat*, kelompok secara keseluruhan dapat merumuskan dan menerapkan cara-cara yang tepat untuk mengatasi berbagai hambatan. Sehingga komunikasi dan kinerja kelompok lebih optimal serta kelompok dapat mencegah dan mengelola program kerja sebelum membuat kesalahan.